

TESS
2400

LOS NOTICIEROS TELEVISIVOS

Y

LA JUSTICIA MEDIATIZADA



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

VERONICA RIOS BORGOGNI

SEMINARIO DE INVESTIGACION PERIODISTICA

Prof. Raúl Burzaco

5to. Periodismo T.N.

1995



**USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR**

*A mami y papi, quienes me dieron los genes,
la capacidad de soñar, la libertad para elegir
y la vida.*



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Especial agradecimiento:

- ***A Dios.***
- ***A Justo, un "Padre" de verdad.***
- ***A Flora (la nonna) por todas las velas y las plegarias.***
- ***A mi familia por su constante amparo.***
- ***A mis compañeros de la facultad, quienes me obligaron a entrar a cada final y fueron buenos amigos (Mariana Arcos, Alicia López, María Lina Petrazzini, Florencia Orellana, Ignacio Mazza, Santiago Rossi, Mónica López y Andrea Muñoz).***
- ***A las amigas y amigos incondicionales.***
- ***A los profesores que dejaron algo más que una nota en la libreta.***
- ***Al profesor Juan Bautista González Saborido por su apoyo logístico y el acceso a su biblioteca personal.***
- ***A Ana Peirano por insistir y sanar mi alma.***
- ***A los "vivos" y "muertos" cuya ausencia hizo que mi carrera fuera posible.***

INDICE

Introducción	1
CAPITULO I "La cultura de la televisión"	
·Televisión: ocio y consumismo.....	5
·Efecto ficción-realidad	10
·La TV como medio informativo	25
·El poder del discurso televisivo	3
CAPITULO II "Información y libertad"	
·El derecho a la información y el deber de informar	39
·La corrupción y el cuarto poder	45
CAPITULO III "Los noticieros televisivos"	
·Los noticieros como género televisivo	52
·Análisis de estructura y contenido de los noticieros televisivos	68
CAPITULO IV "El fenómeno de los noticieros"	
·Las investigaciones especiales en los noticieros.....	82
·El espectáculo testimonial en los noticieros	85
·El imperio de las audiencias.....	90
·Conclusiones	93

INTRODUCCION

Desde la aparición de la televisión, la radio y los medios gráficos debieron modificar su lenguaje y estructura para seguir manteniéndose en el mercado de las comunicaciones.

Concebida desde un principio, para, al igual que los demás ser un medio informativo, fue evolucionando hasta lograr una importante metamorfosis y concentrarse casi pura y exclusivamente en su capacidad de entretener.

En estos tiempos la televisión no sólo genera y fomenta la consumición, sino que ella misma se ha convertido en principal objeto de consumo.

Existen muchas teorías aplicadas a la manipulación sobre los televidentes, imaginados como una masa inoperante, alucinados frente a la pantalla, lo que le valió el mote de "caja boba". Pero lo cierto es que las masas se quebraron y la audiencia dejó de ser un receptor pasivo para jugar un rol participativo.

La programación de un canal y el contenido de sus programas no son impuestos a un público sumiso y maleable, son los espectadores quienes mueven el mercado, critican, exigen y dan forma a la televisión.

No quedaron exentos del juego los noticieros, los cuales a través de los requerimientos de los televidentes fueron modificando desde su estructura hasta sus propósitos.

Los ratings vigilan de cerca, y si el público pide morbosidad, modas, ecología o mayor participación, habrá que darle lo que desea o perder audiencia, anunciantes y ganancias.

Los noticieros televisivos fueron pensados como una compilación de los principales hechos del día con el apoyo de las imágenes, que le proporcionaban credibilidad y atractivo. Hoy, los noticieros se han convertido en revistas, las imágenes son editadas con la creatividad digna de un cortometraje. La gente llama, se acerca y participa.

Los conductores hacen juicios de valor antes y después de cada noticia, bromean entre ellos, hablan de sus preferencias futbolísticas y de su vida privada; son como su público, de carne y hueso, por eso son sus amigos, sus confidentes...

De esta manera los noticieros buscan convertirse en un espejo de la realidad, un lugar para que los ciudadanos se sientan como en su casa, donde digan lo que no quieren o no se animan a denunciar ante los magistrados, donde pidan que se "haga justicia".

Históricamente se le ha atribuido al periodismo la mención de cuarto poder. Su función es informar y mediar entre los ciudadanos y la realidad política, económica y social. El periodismo ha sabido regular el funcionamiento de los asuntos de interés público, intercediendo en favor del bien común.

Su poder está basado en el acceso que poseen a esferas y hechos que están lejos de ser conocidos por el resto de los ciudadanos, dando a conocer todo aquello que sea arbitrario a la rectitud y a la verdad.

Con la restitución de la democracia, la corrupción cometida en los diferentes ámbitos, se convirtió en el plato principal de los medios de comunicación social y la gente ha encontrado en ellos al defensor de los derechos del pueblo.

Los televidentes prefieren hacer sus denuncias, anónimas o no, a las cámaras de un noticiero antes que presentarse a una comisaría o a los tribunales. Depositán toda su confianza en los periodistas y en el

equipo de producción. A través de los noticieros se sienten oídos y amparados, luego la televisión se encargará de armar lo que vende, el espectáculo testimonial.

Lo que pretendemos demostrar en este trabajo de investigación es que: "el fenómeno de las autodenominadas investigaciones especiales en los noticieros televisivos y la espectacularización de las noticias, responde a que la audiencia encontró en los medios un vehículo para canalizar sus ansias de justicia".



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

I

LA CULTURA DE LA TELEVISION



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

*"Para todas las ortodoxias sigue siendo
el maleficio y el artificio, una magia negra
de desviación de todas las verdades, una conjuración
de signos, una exaltación de los signos en su uso maléfico".*

Jean Baudrillard

TELEVISION: OCIO Y CONSUMISMO

Los avances tecnológicos y la calidad de los inventos creados por el hombre lo han ayudado a mejorar la organización y división de su tiempo, de tal manera que logró ampliar enormemente su disponibilidad para el ocio. Al extender su tiempo libre también encontró diversas formas para ocuparlo. Es así como los distintos medios de comunicación fueron modificando su lenguaje y estructura, adaptándose a las necesidades de una sociedad en busca de entretenimiento.

De alguna manera fue la televisión el medio que logró ocupar este lugar con más facilidad, ya que su discurso se mueve en un espacio enmarcado por las coordenadas del ocio y el consumismo. No es

casual que de medio informativo, la televisión se haya convertido en el principal medio de distracción y entretenimiento.

De forma similar a como ocurre con la radio y el cine, la televisión difunde principalmente contenidos orientados a la evasión, ya que por lo general el carácter informativo de la televisión es menor, comparado con el de la prensa. En los periódicos, el entretenimiento es un elemento invitado, ya que éste es un medio esencialmente dedicado a las noticias y al análisis. En el caso de los medios electrónicos, las noticias son un elemento invitado, por estar dedicados éstos principalmente a la diversión; el lenguaje audiovisual tiene su propia estructura comunicativa, gracias a la fuerza expresiva de la imagen y al anclaje del texto.

Es notable como la televisión ha ido evolucionando hasta lograr una importante metamorfosis con respecto a su finalidad. Como antes dijimos en sus orígenes estaba orientada, como los demás medios de comunicación a ofrecer un servicio a la comunidad, informando; luego, se fue apartando de su cometido inicial para concentrarse en su capacidad de entretener; la televisión de hoy está atravesando por una nueva etapa, ha ingresado en una carrera vertiginosa donde actúa no sólo como elemento generador y de

fomento de consumición, sino que ella misma se ha convertido en principal objeto de consumo.

Francisco Iglesias en su libro "*La televisión dominada*" , explica que: "...*Cuando la televisión se ve en exceso, hasta el punto en que el espectador se convierte en teleadicto, entonces en lugar de utilizarla como un medio se está convirtiendo en un fin. De esa manera el espectador en lugar de dominarla pasa a estar dominado por ella...*"

Sería una actitud irresponsable no detenerse a mirar con especial atención y cuidado esta metamorfosis, que no es del todo positiva.

Es por esta razón que el negocio de la televisión no debe considerarse como una actividad mercantil más, ya que el mundo de lo audiovisual es un sector con gran relieve económico, pero a su vez es una actividad que trasciende el ámbito de la economía y de la tecnología, para incidir no en menor medida en ámbitos de la cultura y la educación de la sociedad.

Sería entonces conveniente no tener en cuenta a la televisión como un mero artefacto técnico, y si contemplarla como una relevante y decisiva institución social.